

ABSTRAK

Riris Susiani, 2019. Strategi Produk dan Promosi Produk Bordir di Kapalo Koto, Koto Tengah Simalanggang Payakumbuh (Studi Kasus di Usaha Bordir Limpapeh's Kebaya), Skripsi Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP

Masalah dalam penelitian ini yaitu pentingnya strategi produk dan promosi dalam menjalankan sebuah usaha agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dalam kondisi persaingan yang ketat dan perkembangan zaman yang sangat cepat. Strategi produk sangat diperlukan dalam memenuhi tuntutan konsumen seperti meningkatkan kualitas, pelayanan serta jaminan produk. Selain itu penerapan strategi promosi terhadap produk juga sangat dibutuhkan demi menginformasikan produk kepada konsumen agar usaha bisa berkembang. Limpapeh's Kebaya adalah usaha yang sedang berkembang dan telah mampu memasarkan produk bordirnya hingga menembus pasar ekspor. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan strategi produk dan strategi promosi yang diterapkan di Limpapeh's Kebaya, Kapalo Koto, Koto Tengah Simalanggang Payakumbuh.

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, jenis data berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan teknik analisa model interaktif yang berkaitan dengan pokok permasalahan yaitu dengan model reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian yaitu strategi produk yang dilakukan di Limpapeh's Kebaya adalah dimulai dari menciptakan produk bordir yang berkualitas, desain motif bordir yang up to date dan kreatif, menyediakan ukuran yang special, memberi merek pada produk bordir, memberi kemasan yang menarik (paperbag) dan serbaguna, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah serta pemberian jaminan terhadap produk bordir. Strategi promosi yang diterapkan adalah periklanan dan hubungan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Produk, Promosi, Produk Bordir